

# Profil

**Bettina Vier**  
**Managerin für E-Commerce,**  
**Digitalisierung, Changes**



Bettina Vier  
Diplom Volkswirtin

Mitglied der Fachgruppe „Digitalisierung & Industrie 4.0“ der DDIM (Dachverband Deutscher Interim Manager)

## Digitalisierungs- / E-Commerce Managerin seit 1996, seit 2010 selbständig:

- Ausarbeitung von Digital- / E-Commerce-Strategien
- Beratung / Changemanagement für Digitalisierungsvorhaben
- Aufbau von Webshops, Extranets, Portale und zugehörige Backendanbindungen
- Unternehmensorganisation, z.B. Integration von E-Commerce, Veränderungen durch Digitalisierung
- Interim Managerin und externe Projektleiterin

# Projektbeispiele

## Projektbeispiel 1:

### Interim Head of Ecommerce IT

Der Abteilungsleiter eines 40 köpfigen Teams kündigte mündlich und fuhr in Urlaub. Es entstand Unsicherheit - nicht nur im Management: Kommt er wieder? Um das Team nicht ohne Führung zu lassen, sprang ich kurzfristig ein und übernahm interimistisch die Abteilungsleitung. Ich führte nicht nur das Team sondern brachte auch ein Projekt zum Laufen, dass schon mehrere Monate darauf wartete, endlich starten zu können: Die Einführung einer neuen Shop-Plattform. Darüber hinaus mussten auch der Prozess zur agilen Umgestaltung des Teams fortgeführt und Problempunkte abgearbeitet werden.

## Projektbeispiel 3:

### Restrukturierung der Organisation eines Extranets mit über 17.000 B2B-Nutzern

Im Rahmen einer umfassenden Restrukturierung eines Unternehmens, wurde ich damit beauftragt, die Neuorganisation des Aufgabenbereichs "Extranet" mit über 17.000 B2B-Nutzern zu planen und umzusetzen. Die Zuständigkeit des Extranets wurde von einem Bereich in einen anderen verschoben. Dabei wurden nicht nur ein Team ab- und ein neues aufgebaut, es mussten auch neue Prozesse und Zuständigkeiten definiert werden. Parallel dazu gehörte es zu meinen Aufgaben eine Extranet-Strategie auszuarbeiten sowie die Weiterentwicklung der Extranet-Plattform voranzutreiben und eine Roadmap zu erstellen.

## Projektbeispiel 2:

### Aufbau eines E-Commerce-Teams bei gleichzeitiger Vorbereitung eines Relaunchs

"Wenn E-Commerce, dann aber richtig" - das war die Vision dieses Projekts. Mein Auftraggeber hatte es sich zum Ziel gesetzt sein Filialgeschäft durch einen Online-Shop zu ergänzen. Hierzu musste ein Online-Team zusammengestellt und der Online-Shop aufgebaut werden. Da ich als Interim Managerin kurzfristig zur Verfügung stand, konnte sofort gestartet werden. Mein Rückzug aus dem Unternehmen erfolgte, sobald das Online-Team die Aufgaben rund um den neuen Shop vollständig übernehmen konnte.

## Projektbeispiel 4:

### Ausarbeitung einer internationalen E-Commerce-Strategie

Mein Auftraggeber war ein internationales Chemie-Unternehmen, das gerade ein neues Warenwirtschaftssystem international ausrollte. Dabei stieß man auf eine neue Aufgabe: Wie lassen sich die lokalen E-Commerce-Aktivitäten der Länder im B2B über eine Plattform bündeln, um den Kunden mehr Transparenz über Produkte, Lagerbestände und Leistungen des Konzerns zu bieten? Eine solche Aufgabe benötigt Zeit und viel Erfahrung. Gemeinsam mit meinem Auftraggeber gelang es mir eine Strategie auszuarbeiten, die als Leitfaden für die Umsetzungsplanung von der Konzernführung akzeptiert wurde.

# Projektbeispiele

## Projektbeispiel 5:

### Mentorin und Moderatorin zur Neu-Positionierung des Bereichs Kommunikation

Nachdem ein Bereich das Produktmanagement eines Extranets an einen anderen Bereich abgegeben hatte fehlte eine Neuorientierung, wie sich der Bereich nun in Bezug auf das Extranet zu positionieren hatte. Über Workshops mit dem gesamten Team wurden die Kernaufgaben des Bereichs und die Potenziale in der Nutzung des Extranets ausgearbeitet. Das Team fand hierüber neue Aufgaben und damit eine neue Einordnung in die Organisation.

## Projektbeispiel 6:

### Planung einer Social Media Community

Der Auftraggeber spielte mit dem Gedanken eine eigene Community-Plattform aufzubauen. Er beauftragte mich mit ihm zusammen das Konzept zu entwickeln. Die Zielsetzung war, die möglichen Inhalte und Funktionen der Plattform einer Community im Bereich Sport & Freizeit inhaltlich und funktional zu beschreiben, um hieraus einen Businessplan abzuleiten um Kredite zu bekommen und Sponsoren zu gewinnen.

# Branchenkenntnisse

- Einzelhandel (Mode & Textilien, Möbel & Wohnaccessoires, Baumärkte)
- Logistikprodukte (Produzent, B2B)
- Buchhandel/Verlage (eBooks)
- Konsumgüterhersteller (Haarpflege)
- Lebensmittelbranche / Discounter
- Automobilzulieferer (Reifengroßhandel)
- Chemie / Life Science
- Finanzdienstleistungen (Banken, Versicherungen, Baufinanzierung, Fonds)



## Stärken

- Zielorientiert
- Visionär
- Strukturiert
- Durchsetzungsstark
- Krisenerfahren
- Kommunikationsstark
- Motivierend

# E-Commerce ist die Digitalisierung des Unternehmen

- Im Online-Shop **bündelt sich das Unternehmens-Know-how** über Produkte, Nutzerführung, Marketing, Logistik, IT, Kundenservices und After-Sale
- E-Commerce wird erst dann erfolgreich, wenn er in der Unternehmensstruktur integriert ist und alle Bereiche mitarbeiten. **Organisationsentwicklung und die Definition von Prozessen** sind wesentlicher Bestandteil beim E-Commerce-Management.
- E-Commerce geht über den Shop hinaus: **Extranets mit gezielten Kundenbindungsprogramme und die Integration der Prozesse der Kunden** in das eigene Unternehmen sind ebenfalls eine Form des E-Commerce.
- E-Commerce forciert die **Digitalisierung und Sammlung von Daten:** Produktdaten, Marketing, Kundendaten, Vertriebsprozesse – denn ohne diese Grundlagen kann kein E-Commerce aufgebaut werden.
- E-Commerce bedeutet auch **Change-Prozesse:** Die Mitarbeiter müssen die Veränderungen mittragen und digitales Know-how erwerben.

## Interviewauszug aus dem Buch „Digital Insights“

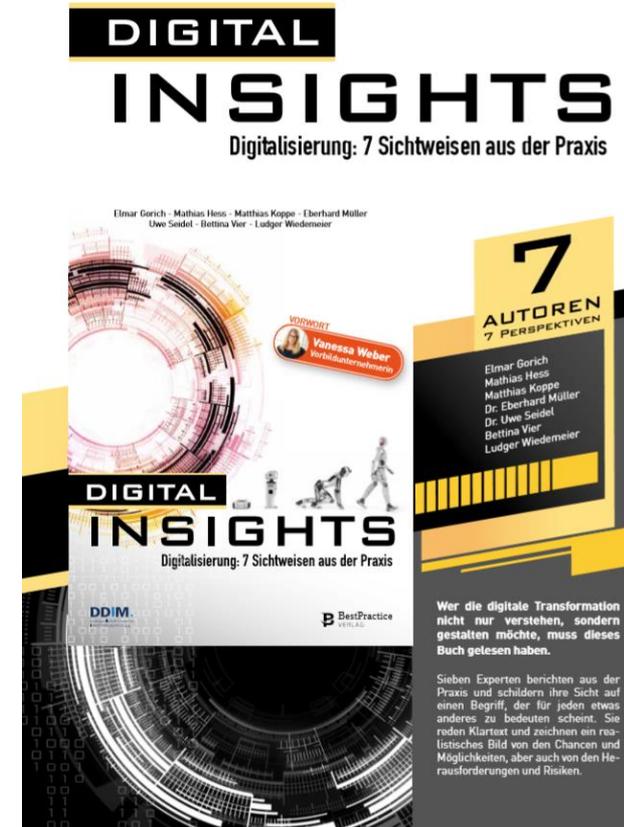
### Was bedeutet für Sie der Begriff Digitalisierung?

Digitalisierung bedeutet im engen Sinne die Umwandlung analoger Informationen in digitale Werte. In den aktuellen Diskussionen bezieht man sich jedoch mehr auf die Anwendung: Wie können digitale Informationen genutzt werden, um Prozesse, Forschung und Kommunikation zu optimieren?

### Wenn ein Unternehmen digitalisieren möchte, wo sollte es anfangen?

Digitalisierung fängt da an, wo die Schmerzpunkte in einem Unternehmen am größten sind. Sind diese bekannt, sollte eine Digitalstrategie erstellt werden, die die Zielsetzung und das Vorgehen beschreibt, denn nicht immer lassen sich Probleme sofort dort beheben, wo sie spürbar sind. Meistens müssen die Prozesse und Systeme davor verändert bzw. eine technische Basis gelegt werden.

Ein weiterer wichtiger Punkt sind die Mitarbeiter. Haben sie das Wissen, die vorhandenen Systeme optimal für ihre Arbeit zu nutzen, und sind sie in der Lage, sich bei Bedarf neues Wissen selbst anzueignen? Wenn die Mitarbeiter lernen, die Möglichkeiten der vorhandenen Technik voll auszuschöpfen, werden sie auch neue Ideen für digitale Lösungen entwickeln. Und sie werden die Angst vor Veränderungen verlieren.



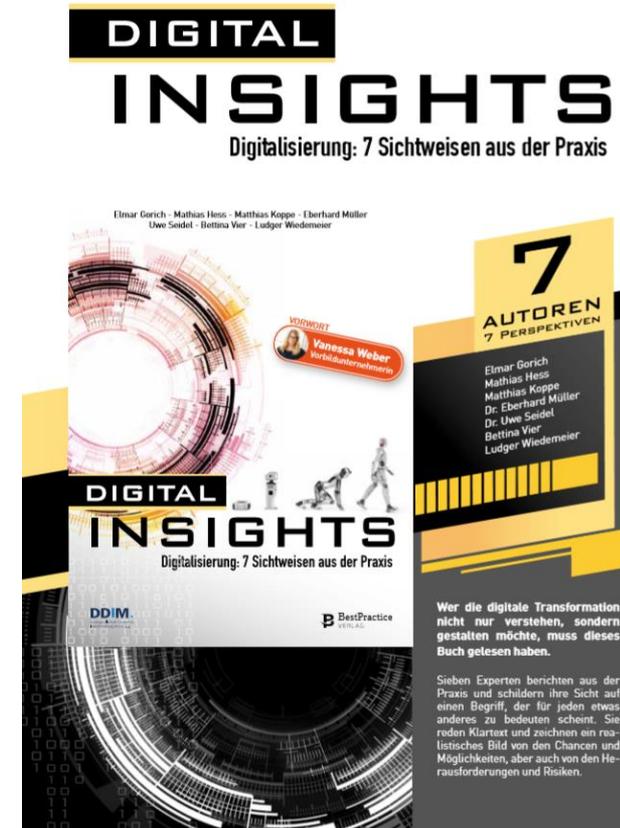
## Interviewauszug aus dem Buch „Digital Insights“

**Wie sieht Ihrer Meinung nach eine unternehmerische, betriebswirtschaftlich tragfähige Digitalisierungsstrategie aus? An was müssen Unternehmen unbedingt denken?**

Die Digitalstrategie muss dort ansetzen, wo sie großen Nutzen stiftet und Grundlagen für weitere digitale Entwicklungen schafft. Basis hierfür ist eine klare Architekturplanung der Systemlandschaft und die effiziente Nutzung der Systeme. Hinzu kommen Prozessanalysen, die aufdecken, wie die Arbeitsschritte zusammenhängen und welches digitale Potenzial welchen Benefit liefert.

Nicht selten passiert es, dass Unternehmen mit dem E-Commerce starten wollen und übersehen, dass hierfür ein Großteil der Produkt- und Kundeninformationen sowie der Backendprozesse bereits digitalisiert sein muss. Fehlen diese Grundlagen, entstehen unerwartete Kosten, die das Projekt scheitern lassen.

Fast jedes Unternehmen hat Mitarbeiter, die einen hohen Drang zur Digitalisierung haben. Doch oft werden sie sich selbst überlassen. Die Folge sind Investitionen in Techniken, die am Ende nicht genutzt werden. Mit der aktiven Einbindung dieser Mitarbeiter für die digitale Weiterentwicklung des Unternehmens können diese Potentiale gewinnbringend eingesetzt werden.



# Veröffentlichungen



[Mehr Informationen](#)

## Digital Insights Digitalisierung: 7 Sichtweisen aus der Praxis

Sieben Experten berichten aus der Praxis und schildern ihre Sicht auf einen Begriff, der für jeden etwas anderes zu bedeuten scheint. Sie reden Klartext und zeichnen ein realistisches Bild von den Chancen und Möglichkeiten, aber auch von den Herausforderungen und Risiken.

Mein Beitrag:

### **Jongleur-Arbeit: Kundenzentrierung in der B2B-Beziehung**

Um Kunden glücklich zu machen, müssen Führungskräfte auf den Ebenen Digitalisierung, Organisation und Change gleichzeitig agieren

**Vielen Dank für Ihr Interesse.**

[Zum Kontaktformular](#)